

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TERHADAP SEPEDA MOTOR *SECOND* DI DEALER  
ANEKA JASA SOLO**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan  
Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

**MUHAMMAD RULIYANTO**

**B 100 070 045**

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**2011**

## **PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

**“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TERHADAP SEPEDA MOTOR *SECOND* DI DEALER  
ANEKA JASA SOLO”**

Disusun Oleh :  
**MUHAMMAD RULIYANTO**  
B100070045

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, Juli 2011  
Pembimbing Utama

**(Sri Murwanti, SE., M.M)**

Mengetahui  
**Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**(Dr. H. Triyono, SE, M.Si.)**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

**FAKULTAS EKONOMI**

Jl A. Yani Tromol Pos I Pabelan, Kartasura Telep. (0271) 717417 Surakarta-7102

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MUHAMMAD RULIYANTO  
NIM : B100070045  
Jurusan : MANAJEMEN  
Judul Skripsi :FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KEPUTUSAN PEMBELIAN TERHADAP SEPEDA  
MOTOR SECOND DI DEALER ANEKA JASA  
MOTOR SOLO

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Agustus 2011

Yang membuat pernyataan,

**Muhammad Ruliyanto**

## **MOTTO**

*“Allah tidak akan membebani seseorang, kecuali sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebaikan) yang dikerjakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya”*

**(Al-Baqarah: 286)**

*“Sesungguhnya beserta kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai dari suatu urusan, kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan lainnya dan hanya kepada Tuhanmu-lah hendaknya kamu berharap”*

**(Al-Insyirah: 6-9)**

*“Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman dari padamu dan orang-orang berilmu pengetahuan beberapa derajat”*

**(Q.S Al-Mujadalah: 11)**

# **PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini penulis persembahkan kepada :**

- ❖ **Bapak dan Ibu tercinta atas pengorbanan, doa dan kasih sayangnya, selalu setia membimbingku dalam menjalani hidup.**
- ❖ **Kakak dan Adikku tersayang yang selalu memberi semangat dalam segala hal.**
- ❖ **Almamaterku**

**Muhammad Ruliyanto**

**B100070045**

**ABSTRAKSI**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TERHADAP SEPEDA MOTOR *SECOND* DI DEALER  
ANEKA JASA MOTOR SOLO**

Perusahaan didirikan bertujuan untuk mempertahankan hidup dan mencari laba yang maksimal. Perusahaan berkeinginan agar produk yang dihasilkan dapat dibeli oleh konsumen, akibat dari itu baik perusahaan perdagangan, industri maupun jasa bila berkeinginan memajukan usahanya maka harus berani bersaing untuk menarik konsumen. Untuk itu perusahaan memerlukan suatu sarana untuk mempertahankan pasar perusahaan, bahkan untuk meningkatkan penjualan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan yaitu dengan faktor harga, merek, kualitas, dan promosi.

Perumusan masalah yaitu: 1) Apakah ada pengaruh yang signifikan dari faktor harga, merek, kualitas, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor *second* di Dealer Aneka Jasa Motor? 2) Apakah ada pengaruh yang signifikan dari faktor harga, merek, kualitas, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *second* di Dealer Aneka Jasa Motor? 3) Faktor manakah yang lebih dominan diantara harga, merek, kualitas, dan promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor *second* di Dealer Aneka Jasa Motor?

Hipotesis adalah: 1) Diduga variabel harga, kualitas, merek, dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor *second* di Dealer Aneka Jasa Motor. 2) Diduga variabel harga, kualitas, merek, dan promosi mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *second* di Dealer Aneka Jasa Motor. 3) Diduga variabel harga adalah faktor yang dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor *second* di Dealer Aneka Jasa Motor.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini: uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis meliputi analisis regresi linier berganda, uji t, Uji F (uji simultan) dan Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dan uji asumsi klasik meliputi multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi dan uji normalitas.

Hasil analisis data dapat disimpulkan adalah: Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel harga, variabel merk, variabel kualitas dan variabel promosi positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor *second* di Dealer Aneka Jasa Motor Solo, Variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor *second*, Variabel merk berpengaruh positif terhadap akan mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor, variabel kualitas berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor *second*, variabel promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor *second* dan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel keputusan pembelian sepeda motor *second* adalah variabel promosi sebesar 0,346,

dibandingkan dengan variabel harga sebesar 0,137, merk sebesar 0,205, kualitas sebesar 0,299. Jadi hipotesis yang menyatakan “Diduga variabel harga adalah faktor yang dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor second di Dealer Aneka Jasa Motor” tidak terbukti. Karena dari hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel promosi mempunyai pengaruh paling dominan dibandingkan variabel harga, variabel merk dan kualitas.

## *Kata Pengantar*



*Assalamu 'alaikum Wr.Wb.*

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang, atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan sehingga selesainya penulisan ini kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, MS selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Triyono, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Sri Murwanti, SE.,M.M. Seselaku pembimbing skripsi utama yang telah memberikan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini.
5. Seluruh dosen Manajemen FE UMS yang telah membimbing penulis selama menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.



6. Bapak dan Ibu tersayang yang selalu tak kenal lelah bekerja untuk kebaikan seluruh keluarga
7. Teman-teman Kuliah ku angkatan 2007. Semoga kekompakan kita dan kebersamaan kita dapat terjalin hingga kita memiliki kehidupan sendiri-sendiri. Thanks atas kebersamaan kita selama ini.
8. Buat teman-temanku “Gank Kadal” (Njentit, Kendil, Kacank, Phapua, Hartoto, Ozy, Fahad, Ery, Erlan, Pakdhe, Harris, Shafiena, Qremboe, Eko Jkt) yang selalu bersama-sama dalam suka maupun duka.
9. Muda-mudi RASABAR yang semoga tambah rukun dan kompak selalu.
10. Serta terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya kata tak lepas dari sifat manusiawi, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun untuk dapat dijadikan pedoman bagi penulis kelak dikemudian hari.

Surakarta, Juli 2011

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	4

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Pemasaran Jasa.....	5
B. Perilaku Konsumen .....	9
C. <i>Percieved Value</i> .....	14
D. Perbankan syariah .....	17

E. Penelitian Sebelumnya .....	29
F. Kerangka Pemikiran Teoritis .....	31
G. Hipotesis .....	32

### BAB III METODA PENELITIAN

A. Desain Penelitian .....	34
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	34
C. Pengukuran Variabel dan Definisi Operasional.....	36
D. Instrumen Penelitian.....	41
E. Sumber Data .....	44
F. Metode Pengumpulan Data.....	44
G. Metode Analisis Data.....	44

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden .....	50
B. Pengujian Instrumen Penelitian.....	56
C. Analisis Data .....	63
D. Pembahasan .....	74

### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	80
B. Keterbatasan Penelitian .....	81
C. Saran.....	81

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II.1 Perbedaan Riba dan Bagi Hasil.....	18
Tabel II.2 Perbandingan Bank syariah dan Bank Konvensional.....	22
Tabel IV.1 Distribusi Jenis Kelamin Nasabah Perbankan Syariah .....	50
Tabel IV.2 Distribusi Usia Nasabah Perbankan Syariah kota Surakarta ....	51
Tabel IV.3 Distribusi Status Pernikahan Nasabah Perbankan Syariah.....	52
Tabel IV.4 Distribusi Pekerjaan Nasabah Perbankan Syariah .....	52
Tabel IV.5 Distribusi Asal Nasabah Perbankan Syariah .....	53
Tabel IV.6 Distribusi Jenis Tabungan Nasabah Perbankan Syariah.....	54
Tabel IV.7 Distribusi Lama Menjadi Nasabah Perbankan Syariah .....	54
Tabel IV.8 Distribusi Pendapatan Nasabah Perbankan Syariah .....	55
Tabel IV.9 Hasil Uji Validitas Nilai Kerja dan Kualitas.....	56
Tabel IV.10 Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Sosial.....	57
Tabel IV.11 Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Emosional.....	57
Tabel IV.12 Hasil Uji Validitas Variabel Nilai Harga.....	58
Tabel IV.13 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Menabung.....	58
Tabel IV.14 Hasil Uji Vreabilitas.....	59
Tabel IV.15 Hasil Upengujian Normalis.....	60
Tabel IV.16 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	61
Tabel IV. 17 Hasil pengujian Heteroskedastisitas .....	62
Tabel IV. 18 Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda .....	63

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Operasional Bank Syariah .....	25
Gambar II.2 Kerangka Konseptual Penelitian.....	31
Gambar IV.1 Grafik Pengujian Uji t Nilai Kinerja dan Kualitas .....	66
Gambar IV.2 Grafik Pengujian Uji t Nilai Sosial.....	67
Gambar IV.3 Grafik Pengujian Uji t Nilai Emosional.....	69
Gambar IV.4 Grafik Pengujian Uji t Nilai Harga .....	70
Gambar IV.5 Grafik Pengujian Uji F.....	72

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuisisioner

Lampiran 2. Data Mentah

Lampiran 3. Hasil *out put* Olah Data SPSS